



# L'énergie en quête de transparence : quels régimes de visibilité pour l'énergie dans la communication publique territoriale ?

Valentyna Dymytrova

## ► To cite this version:

Valentyna Dymytrova. L'énergie en quête de transparence : quels régimes de visibilité pour l'énergie dans la communication publique territoriale ?. Catellani, Andrea ; Crucifix, Audrey ; Hambursin, Christine ; Libaert, Thierry. La communication transparente : l'impératif de la transparence dans le discours des organisations, Presses universitaires de Louvain, pp.147-164, 2015, 978-2-87558-388-8. hal-01339019

**HAL Id: hal-01339019**

**<https://hal.science/hal-01339019>**

Submitted on 29 Jun 2016

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

« L'énergie en quête de transparence : quels régimes de visibilité pour l'énergie dans la communication publique territoriale ? » in : A. Catellani, T. Libaert (2014) (éd.), « Transparence et communication », Louvain : Presses Universitaires de Louvain (à paraître).

## **L'énergie en quête de transparence : quels régimes de visibilité pour l'énergie dans la communication publique territoriale ?**

### **Résumé**

Dans une perspective communicationnelle, cet article analyse la transparence à la fois comme une modalité d'élaboration des significations de l'énergie en communication et une forme d'interprétation des politiques énergétiques. L'article vise à appréhender la dimension symbolique de la médiation politique de l'énergie et à identifier les formes sémio-discursives qui participent à la construction de la visibilité de l'énergie dans la presse institutionnelle territoriale. Le corpus est constitué d'une quarantaine de numéros du *Grand Lyon Magazine*. Cette publication de la communauté urbaine est une « vitrine » où les rubriques, les genres discursifs, les représentations visuelles et les procédés rhétoriques sont mobilisés pour donner une visibilité à l'énergie. La collectivité territoriale délimite ce qui est exposé à travers les dimensions éthique et esthétique de la transparence et renvoie aux citoyens une vision dé-problématisée et dépolitisée de l'énergie.

## **Energy Looking for Transparency: What Regimes of Visibility for Energy in Territorial Public Communication?**

### **Abstract**

In a communicative perspective of the relationship between language and politics, this article considers the transparency both as a mode in which the meanings of energy is developed and as a form of interpretation of energy policies. The analysis aims to understand the symbolic dimension of political mediation of energy and to identify semiotic and discursive forms involved in the construction of the visibility of energy in the territorial institutional press. The corpus consists of forty issues of *Grand Lyon Magazine*, published by the urban community of Lyon. This magazine is a "show-window" where headings, discourse genres, visual representations and rhetorical figures construct the visibility of energy issues. The local authority decides what is exposed through the ethical and aesthetic dimensions of the transparency. It offers to citizens a depoliticized vision of the energy.

L'énergie traduit une manière d'être au monde, elle exprime une représentation de la nature et une représentation d'un système d'action sur cette nature. L'énergie est de l'ordre de l'invisible. Sa présence dans le monde physique est visible par ses effets : éclairage, chauffage ou encore mise en marche des appareils électroniques. Pensée en termes de production et de consommation, l'énergie peut alors être toujours envisagée par rapport à une ressource, un objet, une technique ou un usager (Houtart, Lemerminier, 1990 ; Dobigny, 2010). La figure de l'énergie articule une approche singulière par l'usager et une approche collective par les institutions, les pouvoirs et les sociétés (Strauss, 2013). Dans les sociétés occidentales, elle s'est constituée en valeur économique et en valeur symbolique qui ont investi des objets, des discours et des pratiques. En même temps, l'énergie renvoie aux décalages qui existent entre les normes ou les idéaux associés aux usages de l'énergie et les contraintes de certaines situations effectives, tant sur le plan des pays et des Etats que sur le plan des personnes et des milieux sociaux (Menozzi, 2009). La mise en place des politiques publiques en matière d'énergie est soumise aux impératifs du développement durable et de la transparence, aussi bien en ce qui concerne l'impact écologique de la production et de la consommation d'énergie que par rapport aux prix de l'énergie, l'attribution des subventions ou l'accès à l'énergie.

Une « distribution singulière du visible » (Mahé, 2006 : 131), la transparence sera analysée ici à travers la dimension symbolique de l'énergie. Il s'agit d'une tentative de relier la notion de « transparence », fondement d'une légitimité politique moderne et d'un modèle d'action pour la sphère publique, à la visibilité sociale des questions énergétiques. Je m'appuierai pour le faire sur une recherche collective menée dans le cadre du programme interdisciplinaire « Ignis Mutat Res : Penser l'architecture, la ville et les paysages au prisme de l'énergie »<sup>1</sup>.

Inscrite dans la perspective communicationnelle des relations entre langage et politique (Lamizet, 1998), l'analyse présentée est guidée par le postulat suivant. La dimension symbolique de l'énergie assure sa visibilité sociale, permet la mise en place de la médiation politique<sup>2</sup> de l'énergie et rend possible l'appropriation de ces questions par des sujets singuliers de la sociabilité. L'analyse s'attache à mieux appréhender la dimension symbolique de l'énergie et à identifier les formes sémio-discursives qui participent à la construction de la visibilité de l'énergie dans la presse institutionnelle territoriale. La transparence sera ici pensée à la fois comme une modalité

---

<sup>1</sup> Lancé par le Ministère de la Culture et de la Communication et le Ministère de l'Ecologie, de Développement durable et de l'Energie de la France en novembre 2011, ce projet est coordonné par François Fleury, Professeur à l'Ecole Nationale Supérieure de l'Architecture de Lyon, et composé des chercheurs suivants : Richard Cantin, Valérie Colomb, Béatrice Jalenques-Vigoureux, Pascale Mira et Nour Zemina.

<sup>2</sup> La médiation est comprise ici en tant qu'une dialectique entre le singulier et le collectif qui assure la construction commune de sens et de représentations du réel (Lamizet, 1998 : 53).

d'élaboration des significations de l'énergie en communication et une forme d'interprétation des politiques énergétiques.

### **Analyser l'énergie au prisme de la transparence**

Thème fondamental de l'utopie de la communication (Breton, 1996), la transparence est un concept voisin de la publicité (Frydman, 2007), mais qui ne se confond pas avec elle (Arendt, 1985). Comme la publicité, la transparence entretient une relation dialectique au secret et à l'opacité. Cependant, si la publicité vise à faire connaître, par le moyen d'une forme particulière, un acte spécifique à un moment bien précis et avec un objectif spécifique, la transparence traduit une attitude et se situe davantage sur le registre de la promesse en communication que de la divulgation d'informations (Libaert, 2003).

La transparence et l'opacité sont des termes liés à la lumière et l'optique, ils relèvent d'une opposition entre profondeur et surface, visible et caché. La transparence renvoie ainsi à une visibilité, car elle « ne prend ses caractéristiques qu'en fonction d'un regard » (Libaert, 2003 : 17). Elle est une forme ou un ensemble de formes visibles parfois prégnantes ou saillantes, qui se manifestent à un moment donné et « dévoilent sans doute moins qu'ils ne cachent » (Mahé, 2006 : 140).

Censée établir des relations de confiance entre les citoyens et leurs représentants élus, la transparence fonde une légitimité politique moderne et constitue un modèle d'action pour la sphère publique (Ollivier-Yaniv, 2003). La dimension sociopolitique de la transparence à une forte dominante éthique (Libaert, 2003) s'ouvre en communication sur « l'univers esthétique », celui de « la reconnaissance de formes associées à la transparence et les modes de relation qu'elles favorisent en termes de communication » (Boutaud, 2006 : 1).

Analyser la transparence en communication, c'est prendre position par rapport à l'idée de « l'impossible transparence du discours » (Charaudeau, 2005), véhiculée par la plupart des travaux de l'école française en analyse du discours. L'approche sémio-discursive opère à partir des principes de l'opacité du signifiant et de l'épaisseur. Il s'agit ici d'étudier la transparence dans sa relation dialectique à l'opacité en partant de la thèse suivante de Roland Barthes : « toute l'œuvre est comprise entre deux termes, au sens structural et/ou temporel du mot : l'opacité et la transparence des rapports sociaux. Simultanité des deux termes : chronologie et logique » (Barthes, 2009 : 332). Dans l'écriture « blanche », « neutre », « au degré zéro » ou « transparente » (Zenetti, 2011), à condition qu'elle existe, la forme s'effacerait au profit du contenu de l'énoncé, car elle n'est porteuse d'aucune signification, ne témoigne d'aucun choix ni d'aucune détermination et n'est prise dans aucune idéologie (Barthes, 1972). La transparence ne peut pas alors être un choix esthétique, sa fonctionnalité lui confère une valeur en elle-même.

Une éthique de la transparence est mise en scène dans les discours et les images par divers procédés d'écriture et de médiation qui produisent l'effet de « dire tout » et celui de « dire vrai » (Duteil, 2006). Sous l'angle sémio-discursif, la transparence s'appuie surtout sur sa dimension logicielle et informatique d'une présentation des informations « livrées d'une manière brute comme des data » (Aïm, 2006). Autrement dit, « l'ensemble des prises de parole [...] s'ordonnent comme autant de mouvements de repli et de reflux de l'énonciation (et de la subjectivité) dans des genres informationnels considérés comme purs : le rapport, le tableau, le registre, parmi beaucoup d'autres » (*Ibid.* : 34).

L'analyse menée s'appuie sur des éléments méthodologiques issus des travaux en analyse du discours (Fairclough, 2003 ; Maingueneau, 2007) et en sémiotique de l'image (Mouillaud, Tétu, 1989 ; Joly, 2005). Elle vise à inventorier et interroger les procédés énonciatifs et rhétoriques mobilisés par la presse institutionnelle territoriale pour traiter la question de l'énergie.

Le corpus des discours a été constitué à partir du *Grand Lyon Magazine*, publication de la communauté urbaine de Lyon, lancée en novembre 2002, qui paraît à raison de 3, 4, voire 5 numéros par an. Environ 600 000 exemplaires sont distribués gratuitement dans les boîtes aux lettres et les lieux publics. Le magazine est également disponible en version numérique sous le format PDF sur le site web de la communauté. 42 numéros du *Grand Lyon Magazine*, de novembre 2002 à avril 2013, ont été manuellement dépouillés pour constituer le corpus de travail.

Seuls les articles consacrés aux questions de l'énergie ont été retenus pour les analyses. Ils ont été sélectionnés avec les images, la mise en page étant préservée. Le corpus ainsi constitué comprend 249 entrées. L'énergie y est abordée à travers ses trois aspects : celui du climat et du développement durable, celui de domaines variés d'intervention de la communauté urbaine (transports, habitat et urbanisme, déchets, innovation, emploi) et celui des stratégies des acteurs (acteurs institutionnels, entreprises, associations et usagers).

### **La rhétorique de la transparence, une facette du discours politique**

Élément clé du fonctionnement des démocraties, la transparence est le leitmotiv de la communication des administrations et des institutions politiques. Elle fonde et légitime un acteur institutionnel dans l'espace public, en lui donnant une visibilité effective. En effet, la Charte de la participation du Grand Lyon, votée en mai 2003 pour répondre à une obligation de concertation, vise à « améliorer la clarté et la transparence de l'action publique ainsi que sa diffusion auprès de la population »<sup>3</sup>. Les principes de transparence et de clarté vont ici ensemble pour assurer la lisibilité de l'action publique aux yeux des citoyens. Dans cet objectif, le document prévoit de « mettre l'accent sur l'information concernant les orientations fondamentales des projets, le « qui fait quoi », les contraintes financières, techniques, juridiques et temporelles, les alternatives [...] ; améliorer le

---

<sup>3</sup> <http://www.grandlyon.com/Charte-de-la-participation.1376.0.html>. Consulté le 1 octobre 2013.

système de récolte des propositions de la population et de ses attentes, et mieux expliquer les décisions » (*Ibid.*). Comme toute rhétorique, la rhétorique de la transparence est une « communication impliquante, qui engage pleinement le sujet » (Lamizet, 2000 : 231). La transparence est ainsi un paramètre essentiel d'amélioration des relations contractuelles entre les représentants et les citoyens.

Le lancement du *Grand Lyon Magazine* répond aux logiques communicationnelles de la transparence. Dans l'éditorial du premier numéro, Gérard Collomb, Président de la communauté urbaine et sénateur-maire de Lyon, s'adresse aux lecteurs dans les termes suivants : « Information, transparence, clarté, proximité, tels sont les maîtres mots pour vous présenter les grands enjeux de la métropole, vous expliquer les projets et vous faire découvrir ou redécouvrir la vie et les initiatives de notre agglomération » (n°1, 2002). De cette citation se dégage une conception particulière de la communication qui est de l'ordre performatif de l'affirmation d'un lien et d'une mise à disposition des informations facilitant l'acceptabilité des projets menés. La transparence, envisagée comme l'accessibilité des informations, se distingue ici sémantiquement de la clarté, qui renvoie davantage à des qualités comme la netteté, la précision et l'intelligibilité.

La rhétorique de la transparence est ainsi un symbole d'une bonne gouvernance soutenue par une culture de communication. À l'instar de la rhétorique de la proximité et celle de participation, elle fonde l'identité institutionnelle de la communauté urbaine du Grand Lyon et permet de légitimer l'action publique locale.

### **Les régimes de visibilité de l'énergie, les régimes de transparence**

Plusieurs éléments permettent à la presse institutionnelle territoriale d'assurer une visibilité et de donner une signification à l'énergie : rubriques, genres discursifs, utilisation des images et procédés rhétoriques. Hétérogènes par leur nature, ces formes sémio-discursives convergent toutes autour de la notion de transparence, soit par rapport à sa dimension éthique, celle des références à des valeurs, soit par rapport à sa dimension esthétique, celle du choix des formes discursives et iconiques, réputées d'être pures, claires et objectives.

#### *La visibilité assurée par les rubriques et les logotypes*

La « mise en forme du sens de l'énoncé » (Mouillaud, Tétu, 1989 : 63), la rubrique est une opération de regroupement et de classement référentiel et thématique des informations. Le découpage des informations en rubrique exprime la vision des problématiques énergétiques véhiculée par la communauté urbaine à destination des Grands Lyonnais.

Les rubriques évoluent au fil des années, certaines ne sont pas systématiquement présentes<sup>4</sup>. Elles renvoient au caractère transversal des problématiques énergétiques, aux domaines de compétences

---

<sup>4</sup> Les questions de l'énergie sont ainsi abordées dans divers rubriques : « Événement », « Actualité », « Environnement », « Développement durable », « Economie », « Grands projets », « Aménagement », « Ma ville et moi ».

et au périmètre d'actions de la communauté urbaine. Depuis 2007, un double découpage thématique des informations se met en place. En effet, un logotype institutionnel spécifique s'ajoute au titre de la rubrique pour signaler les questions environnementales, y compris énergétiques. L'enjeu du risque climatique vient ainsi compléter celui de la vulnérabilité financière dans l'approche de la question de l'énergie par la communauté.

Figure 1. Les logotypes institutionnels.



Unité de base d'un système d'identification visuelle, le logotype fait partie de l'écriture institutionnelle. Il permet de visualiser les éléments d'identité que le Grand Lyon se construit. Les couleurs des deux logos (gamme verte), la représentation iconique d'une feuille en forme de cœur ou celle d'une coccinelle sur le fond d'un soleil, le slogan « Aimers l'avenir » ou l'abréviation « DD » inscrivent graphiquement l'orientation environnementale des projets et affirment les valeurs, portés par la communauté urbaine. Cette « procédure d'amplification symbolique » (Quinton, 2000) est un procédé rhétorique qui établit le régime de visibilité des questions environnementales à la fois sur le plan éthique et sur le plan esthétique.

#### *Les genres discursifs de la transparence*

Les genres discursifs « fonctionnent comme des "horizons d'attente" pour les lecteurs, des "modèles d'écriture" pour les auteurs » (Todorov, 1987 : 35). En ce sens, les genres de l'information, considérés comme objectifs, neutres et impartiaux, sont souvent opposés aux genres du commentaire, supposés faire valoir une opinion (Adam, 1997). La plupart d'articles qui traitent des questions énergétiques dans notre corpus appartiennent au genre de l'information. Celui-ci comprend dans le *Grand Lyon Magazine* la brève, le reportage et l'information-service. Il s'agit des textes courts, souvent entrecoupés par d'autres articles qui invitent le lecteur à une lecture rapide, morcelée. Ces articles se distinguent par une mobilisation systématique de données chiffrées et la présence de nombreuses illustrations. Ils rappellent régulièrement les objectifs et les normes du développement de la ville face au défi énergétique, rendent compte des réunions entre élus et divers acteurs du territoire et couvrent des événements destinés au grand public.

La brève intitulée « Energie » (n°35, 2011) présente une information importante concernant l'élargissement des compétences du Grand Lyon en matière d'énergie :

Le Grand Lyon gagne en compétences : à compter du 1er janvier 2012, l'agglo sera en charge du « soutien aux actions de maîtrise de la demande d'énergie ». Cette attribution comprend également le développement des énergies renouvelables, puis, à partir de 2013, la compétence en matière de « réseaux de chaleur ».

Il s'agit de la redistribution des capacités d'intervention en matière de gestion et du choix de politiques énergétiques entre l'Etat et les collectivités territoriales, plus particulièrement, les intercommunalités. Du point de vue typographique et discursif, les guillemets sont utilisés pour introduire les nouvelles compétences du Grand Lyon. Ils fonctionnent comme un « signal à interpréter » (Maingueneau, 2007 : 141). En effet, les guillemets expriment l'altérité et le dédoublement du discours. Les compétences de la collectivité territoriale sont prises « en mention et non en usage, c'est-à-dire que le scripteur se réfère au signe, au lieu, comme dans l'emploi standard, de viser le référent à travers le signe » (*Ibid.*). Le magazine marque ainsi une certaine distance avec les mots mis entre guillemets et en renvoie la responsabilité à un autre, à l'Etat. Les lecteurs doivent rechercher par eux-mêmes en quoi consistent les nouvelles compétences de la communauté urbaine et, surtout, quelle signification politique ils doivent donner à cette information. Le genre informationnel dépourvu de commentaires ne garantit pas l'intelligibilité des informations présentées.

Plusieurs articles du magazine sont des lieux d'imbrication de genres et de type de discours. Il s'agit des articles informatifs qui comportent des éléments du discours publicitaire ou des articles informatifs à coloration didactique qui visent à infléchir les comportements d'économie d'énergie. Ainsi, malgré le titre qui renvoie à l'information-service, un reportage « Maison passive : mode d'emploi » présente une série d'arguments promouvant ce type de logement. Ce sont la réduction des coûts d'énergie, le confort assuré grâce à l'espace, l'esthétique et, enfin, le suivi de la consommation d'énergie grâce à une innovation technologique.

Avec un coût de chauffage de 90 euros garanti par an et par logement, les maisons passives - ou basse consommation - des Hauts de Feuilly ont de quoi séduire, même les éco-répulsifs ! Thierry Roche, l'architecte de cet ensemble, attire l'attention sur les qualités novatrices du concept, hérité de nos voisins allemands : « dotées des dernières avancées technologiques propres à minimiser les coûts énergétiques, ces demeures n'en sont pas moins spacieuses, de 110 à 135 m<sup>2</sup>, et esthétiquement réussies. Elles sont en plus intelligentes... » (n°24, 2008).

La transparence du coût du chauffage, l'usage du point d'exclamation, la présence d'une illustration photographique mais aussi le choix du lexique sont empruntés au discours publicitaire.

Au-delà de l'imbrication de deux types de discours, informationnel et publicitaire, il est important de souligner que le reportage idéalise l'objet technique, censé non seulement assurer la transparence des pratiques des usagers en matière de consommation d'énergie, mais aussi modifier leurs comportements : « Grâce à un boîtier Dombox, branché sur la télévision, l'habitant a accès à sa consommation au jour le jour et à une multitude de services propres à le transformer en éco-citoyen accompli » (n°24, 2008). La transparence se présente ici comme synonyme de l'accès à



l'information sur la consommation grâce à la technologie intelligente et comme stimulus pour la consommation plus responsable de l'énergie.

Les articles informatifs à coloration didactique sont des « textes injonctifs et procéduraux aux différentes formes de conseils » (Adam, 2001 : 10). L'encadré « Les bonnes habitudes à adopter » (n°7, 2004) vise à infléchir les comportements en matière d'économie d'énergie : « Savoir réguler la température selon l'occupation de la pièce : 19°C pour les pièces à vivre, 16°C pour la nuit, 15°C pendant les courtes absences et de 12 à 14°C pour les absences prolongées ». Les flèches qui précèdent chaque prescription, la segmentation typographique des conseils et l'usage de la couleur rouge pour les termes importants renvoient au genre régulateur de la consigne. Les conseils interpellent le lecteur en tant qu'utilisateur rationnel de l'énergie et consommateur soucieux de son budget : « Il est important de vérifier la consommation d'un réfrigérateur ou d'un lave-vaisselle au moment de l'achat. L'étiquette « énergie » est obligatoire sur tous ces appareils. Les catégories A et B correspondent aux appareils les plus efficaces et peuvent engendrer une économie annuelle supérieure à 15 euros ». En même temps, l'absence d'embrayeurs et l'emploi de l'infinitif renvoient à l'action, par définition en attente d'un temps et d'un sujet. Les données chiffrées issues des simulations scientifiques sont présentées comme des vérités indiscutables : « Au-delà de 19°C, augmenter la température de 1°C conduit à consommer 7% d'énergie en plus, soit 45 euros par an ». Cependant, les sources des informations techniques ne sont jamais indiquées.

Les genres mobilisés et les procédés discursifs qui leur sont propres contribuent à la construction du consensus par rapport aux questions énergétiques. La transparence visée est en fait une transparence codifiée qui va de pair avec la rationalisation et la maîtrise du discours.

#### *Les images au service de la transparence*

Considérée souvent comme un « message sans code » (Barthes, 1961), la photographie renvoie à une conscience de « l'avoir-été-là » (Barthes, 1964 : 47). La croyance dans l'objectivité de la photographie s'appuie largement sur l'exactitude avec laquelle l'image analogique représente les objets. L'analogie avec la réalité y repose en effet sur deux éléments distincts : « une propriété physique de l'image, et donc de la culture photographique, qui est le "rendu", et un ensemble de traits renvoyant à des comportements ou à des situations sociales connues » (Mouillaud, Tétu, 1989 : 77). Les photographies permettent d'inscrire les représentations de l'énergie dans un espace de visibilité et d'assurer leur reconnaissance par les lecteurs. En même temps, elles servent d'illustrations aux articles et participent à la construction du « dire vrai » du *Grand Lyon Magazine*. Un motif iconique est particulièrement présent dans le corpus étudié : celui de la mise en scène des bâtiments avec une prise de vue sur les installations énergétiques comme les panneaux solaires thermiques ou photovoltaïques. Ces éléments font partie de l'argument de preuve car ils rendent visibles la présence des installations contribuant à l'économie d'énergie. En même temps, ils

contribuent à la construction d'une représentation stéréotypée de l'énergie dans le bâtiment. De telles représentations sont souvent complétées par d'autres motifs iconiques : la verdure et le ciel bleu faisant partie de la rhétorique du développement durable (Fig. 2). Elles se distinguent aussi par l'absence d'habitants. Cela pose la question de la place qui leur est réservée dans une réalisation architecturale et l'usage de l'énergie.

Figure 2. Une représentation stéréotypée de l'énergie dans le bâtiment, n°3, 2003.



© Jacques Léone / Grand Lyon

À l'instar des photographies des bâtiments, les maquettes numériques mettent l'accent sur les innovations thermiques ou solaires et invitent à regarder l'énergie et la ville d'une façon pragmatique. À la différence des photographies mettant en scène des réalisations effectives, les maquettes numériques accompagnent systématiquement les articles portant sur les projets architecturaux. Les maquettes permettent une économie de la représentation, elles donnent à voir l'ensemble de la réalisation architecturale telle qu'elle est imaginée par ses concepteurs. Le principe de modélisation scientifique produit les effets d'objectivité et de crédibilité, au point que les maquettes numériques passent pour la réalité même. Les liens d'intericonicité entre ces deux types de représentations visuelles peuvent renvoyer à la pénétration de la vision scientifique dans notre perception du bâtiment et de l'énergie qui laisse peu de place à l'habitant et à l'utilisateur.

Plusieurs photographies du corpus illustrent une dialectique entre la recherche de l'efficacité énergétique et les questionnements sur l'esthétique des formes et des matériaux, propre à l'architecture.

C'est le cas de la photographie de l'immeuble tertiaire, appelé Spi West (Fig.3), qui héberge les entreprises de la filière numérique, des bureaux d'études et des commerces. Le choix de la technique de la contre-plongée crée un effet de la domination du bâtiment et contribue à sa mise en valeur. La façade centrale du bâtiment est réalisée en verre ce qui l'inscrit dans l'esthétique de la transparence. Les façades périphériques comportent cependant les panneaux solaires ce qui renvoie

à la mise en scène des préoccupations énergétiques et environnementales. C'est finalement la dialectique entre la transparence et l'opacité que cet immeuble et sa photographie viennent illustrer.

Figure 3. L'esthétique de la transparence, n°42, 2013.



© Stéphane Rambaud

Les images contribuent à la valorisation des performances techniques en matière de l'énergie dans le bâtiment. Les lecteurs du magazine sont envisagés comme cible ou bénéficiaire de l'action menée par la Communauté urbaine et non pas sous le statut d'utilisateur ou d'occupant d'un logement.

#### *Les procédés rhétoriques de la transparence : l'emploi des chiffres*

L'énergie se prête bien à une représentation chiffrée par rapport à sa consommation, son coût, son économie ou son impact sur l'environnement (Cantin et al., 2013). En même temps, l'usage du chiffre caractérise le langage politique et administratif des États modernes qui tiennent leur légitimité des savoirs et des savoir-faire, de la science et de la technologie, nourris de chiffres. « Le monde des chiffres se présente comme celui de l'objectivité, mais aussi comme celui de l'universalité : objectivité résultant du protocole gouvernant leur production ; universalité garantie par un système de signes translinguistiques et, partant, transculturel » (Bacot et al., 2012 : 11).

Les chiffres sont constitutifs de la visibilité des questions énergétiques dans le *Grand Lyon Magazine*. Ils fonctionnent comme indicateurs de la transparence par rapport à sa dominante éthique mais aussi sa dimension esthétique. En effet, les chiffres sont souvent mis en valeur par la typographie et la couleur. Cela les met au service des finalités rhétoriques et argumentatives.

Les chiffres rendent compte des objectifs et des normes fixés par la Communauté urbaine :

En janvier 2005, le Grand Lyon a déterminé un niveau d'exigence minimum requis pour la Haute qualité environnementale dans les constructions de logements neufs. Un maximum de 60 kWh par an et par m<sup>2</sup> pour la consommation de chauffage, 30 % d'énergie renouvelable pour la production d'eau chaude sanitaire, une liste de matériaux proscrits... (n°16, 2006).

Les chiffres matérialisent également les résultats des actions mises en place : « Entre novembre 2010 et avril 2011, 16 équipes rhodaniennes regroupant 130 familles, soit 350 personnes, ont réussi à économiser 400 000 kWh et 70 tonnes équivalent CO<sub>2</sub>. Ce qui représente une moyenne par famille de 17 % d'économies d'énergie » (n°35, 2011).

Les économies d'énergie sont souvent traduites en réduction des rejets de gaz à effet de serre : « Cette opération (NR : rénovation du logement social) a un autre résultat positif pour l'environnement : la diminution des gaz néfastes pour l'effet de serre. Sa baisse représente, par logement et par an, les émissions d'une voiture qui effectuerait 15 000 km » (n°3, 2003). Cela permet d'évaluer l'impact écologique des réalisations et de synthétiser la complexité des données techniques en une image simplifiée.

Les chiffres sont employés pour sensibiliser les lecteurs aux questions énergétiques et les inciter à adopter des comportements plus responsables. Ils font ainsi partie de l'argument d'analogie qui fonde le calcul de l'empreinte écologique : « Il faudrait à l'heure actuelle, 2,5 planètes pour répondre aux besoins de l'humanité si chaque habitant du monde vivait comme un Grand Lyonnais » (n°23, 2008). L'usage des chiffres produit un effet d'objectivité et celui de précision. Il démontre le décalage entre la consommation de l'énergie par les habitants de la ville et le caractère limité de cette ressource. Cependant, les études scientifiques et techniques dont ces données chiffrées proviennent ne sont jamais citées. Le mode de vie d'un Grand Lyonnais pris pour réaliser cette estimation n'est jamais explicité. Les chiffres se présentent comme « tels quels » et cherchent à légitimer l'action publique et rationaliser les comportements des usagers.

#### *Les procédés rhétoriques de la transparence : la mise en scène des bonnes pratiques*

La mise en scène des bonnes pratiques des citoyens contribue aussi à la visibilité des préoccupations énergétiques. Elle fonctionne comme un argument par l'exemple visant à faire partager ces pratiques. Ce procédé rhétorique apparaît dans le magazine le plus souvent à l'occasion de la couverture des événements impliquant les usagers.

L'édition régionale du défi « Familles à énergie positive », lancé en 2009, donne lieu à plusieurs portraits et témoignages des citoyens qui y participent. L'objectif du concours étant de démontrer qu'« il est possible de lutter efficacement contre les émissions de gaz à effet de serre en participant à une action concrète, mesurable, et conviviale [...] et d'en profiter pour réduire ses factures d'énergie ! »<sup>5</sup>. Les pratiques de consommation d'énergie dans l'espace privé, celui de la famille, sont suivies et évaluées à partir des factures et des objets techniques comme compteurs, wattmètres, logiciels de suivi de consommation et box intelligents.

Les citoyens-modèles sont présentés dans le magazine d'une manière valorisante. L'expression « héros ordinaire » désigne ces personnages dans le magazine (n°35, 2011). Elle comprend deux

---

<sup>5</sup> Le site officiel du défi : <http://www.familles-a-energie-positive.fr/>. Consulté le 1 octobre 2013.

termes qui s'opposent sémantiquement : un héros, c'est-à-dire un personnage hors du commun, auteur des exploits prodigieux ou faisant preuve d'une grande abnégation et d'un sens du sacrifice, et ordinaire, c'est-à-dire commun, normal. Il s'agit de personnes qui tentent de changer leurs habitudes ou pratiques quotidiennes en faveur des comportements éco-responsables et en tirent des bénéfices souvent économiques (réduction des factures d'électricité) et un enrichissement personnel (engagement pour la planète). Ainsi, une participante du défi, « Mireille, retraitée et habitante de Villeurbanne, croit "aux efforts individuels", souhaitant "laisser une planète propre à [ses] petits enfants" » (n°38, 2012). Un autre participant du concours déclare : « En participant à ce défi de Familles à énergie positive, nous montrons que chacun peut réduire ses émissions des gaz à effets de serre. Lutter contre le dérèglement climatique commence à la maison, au travail » (n°36, 2012). Les citations de la parole des citoyens viennent soutenir l'idée de la responsabilité individuelle face aux enjeux environnementaux. Cette idée est au cœur du discours institutionnel véhiculé par le magazine. La rubrique permanente « Le saviez-vous ? » annonce aux lecteurs que « 75% les émissions de gaz à effet de serre ne dépendent pas des politiques publiques » (n°35, 2011). Cette phrase présentée en majuscules et en grandes caractères est suivie d'une autre en typographie plus petite : « Il faut donc mobiliser largement : les entreprises, les propriétaires de logement, la société civile... ». Le texte exprime en quelque sorte le désengagement des politiques publiques en incombant la responsabilité des changements climatiques aux individus (Comby, 2009) et en se réservant le rôle de médiateur des questions de climat et d'énergie.

La mise en scène des bonnes pratiques des citoyens vise moins à expliciter les comportements réels des usagers et des habitants qu'à construire et promouvoir des comportements souhaitables. Elle inscrit les questions énergétiques dans la sphère privée des pratiques individuelles.

La dimension symbolique de l'énergie se manifeste dans le corpus étudié à travers plusieurs formes sémio-discursives. Les rubriques, les genres discursifs, les représentations visuelles et les procédés rhétoriques participent à la construction de la visibilité des questions énergétiques. Celles-ci sont appréhendées au prisme des préoccupations environnementales, liées au réchauffement climatique. Les genres et les formes sémio-discursives, réputées d'être objectifs et neutres, s'articulent dans le *Grand Lyon Magazine* aux genres et aux procédés qui relèvent de la rhétorique. La Communauté urbaine informe les citoyens tout en cherchant à infléchir les comportements individuels en matière de consommation d'énergie et à construire l'acceptabilité des politiques énergétiques et des projets menés.

Le *Grand Lyon Magazine* fonctionne ainsi comme une « vitrine ». Dans une logique de transparence qui fonde les relations entre les citoyens et leurs élus, de nombreuses informations concernant la vie et les projets de la Communauté sont présentées aux lecteurs. Cependant, il s'agit d'une transparence construite et codifiée. La collectivité territoriale délimite ce qui est exposé et

décide de la forme sémio-discursive que cette exposition prend. Cela produit des zones d'opacité. Les articles et les images ne sont pas signés, les sources des données chiffrées ne sont pas indiquées. Les difficultés liées à la mise en place des politiques énergétiques et les polémiques autour des questions de la maîtrise d'énergie ne sont pas évoquées. Cette vision dé-problématisée et dépolitisée des questions de l'énergie renvoie à la « cité idéale des journaux territoriaux » (Le Bart, 2002). La transparence n'est alors qu'un trompe-l'œil, un idéal politique et communicationnel générant l'opacité (Libaert, 2003).

### Vers une transparence opaque ?

Les notions de transparence et d'opacité traduisent une opposition entre profondeur et surface, visible et caché. La dialectique transparence/opacité concerne en sémiotique et en analyse du discours la construction du sens à partir des choix de signification et d'énonciation. Il existe cependant un régime particulier de visibilité, celui d'une transparence opaque ou de « matité », décrit par R. Barthes dans son analyse du haïku japonais (Barthes, 2002). La matité ne donne accès à rien d'autre qu'elle-même, elle échappe à des substitutions symboliques, mais ne dissimule rien. À la différence d'autre régime de visibilité, la matité produit un énoncé lisible et neutre qu'il est impossible de charger d'aucune interprétation seconde. « Tout en étant intelligible, le haïku ne veut rien dire, et c'est par cette double condition qu'il semble offert au sens, d'une façon particulièrement disponible » (Barthes, 2002 : 403).

Une forme d'énoncé, systématiquement employée dans le *Grand Lyon Magazine*, semble se rapprocher du régime de matité au sens de R. Barthes (Fig. 4). Le magazine focalise l'attention sur une donnée chiffrée, présentée telle quelle. Il s'agit d'un énoncé lisible grâce à l'esthétique de la typographie, la disposition des lignes et la couleur. Il est difficile de charger cet énoncé d'une autre interprétation.

Figure 4. Régime de matité.

<p><b>0,5 m<sup>2</sup>/</b> <b>habitant</b></p> <p>La surface de panneaux solaires photovoltaïques à horizon 2020. Soit une multiplication par 100 de la surface installée !</p> <p><i>Grand Lyon Magazine</i>, n°27, 2009<sup>6</sup></p>	 <p>水 蛙 古 の 飛 池 音 び や 音 込 ゃ む</p> <p>Matsuo Bashō, 1686</p>	<p><i>Un vieil étang, Une grenouille plonge, Le bruit de l'eau.</i></p>
---	--	---

<sup>6</sup> La typographie originale est préservée.

Ce régime de matité ne permet pas cependant de rendre compte de la complexité du réel et d'en faire un élément de sens permettant son appropriation par les sujets de la sociabilité. Il convient peu au langage du politique qui ne peut pas se réduire à une mise à disposition et à une mise à jour des informations, livrées de manière brute. « La multiplicité des données et leur éventuelle technicité pourraient être autant d'écrans pour dissimuler certaines informations compréhensibles seulement après une mise en perspective » (Libaert, 2003 : 137). En donnant une consistance symbolique de représentation et de formulation à des projets, des volontés, à l'idéal politique, le langage du politique met en œuvre la médiation politique, qui permet la construction commune de sens et de représentations du réel et assure la cohésion du tissu politique de la sociabilité.

### **Bibliographie**

- Adam J-M. (1997), « Unités rédactionnelles et genres discursifs : cadre général pour une approche de la presse écrite », *Pratiques*, n°94, pp.3-18.
- Adam J-M. (2001), « Types de textes ou genres de discours ? Comment classer les textes qui disent de et comment faire ? », *Langages*, n°141, pp. 10-27.
- Aïm O. (2006), « La transparence rendue visible. Médiations informatiques de l'écriture », *Communication et langages*, n° 147, pp. 31-45.
- Arendt H. (1985), *Essais sur la révolution*, Paris : Gallimard.
- Bacot P., Desmarchelier D., Rémi-Giraud S. (2012), « Le langage des chiffres en politique », *Mots. Les langages du politique*, n°100, pp.5-14.
- Barthes R. (1961), « Le message photographique », in: *Communications*, n° 1, 1961. pp. 127-138.
- Barthes R. (1964), « Rhétorique de l'image », in : *Communication*, n° 4, pp. 40-51.
- Barthes R. (1972), *Le Degré zéro de l'écriture*, Paris : Seuil.
- Barthes R. (2002), *L'Empire des signes*, in *Œuvres Complètes*, vol.3, Paris : Seuil.
- Barthes R. (2009), *Le lexique de l'auteur : séminaire à l'Ecole pratique des hautes études 1973-1974, suivi des fragments inédits du Roland Barthes par Roland Barthes*, Paris : Seuil.
- Boutaud J-J. (2005), « La transparence, nouveau régime visible », in : *Transparence et Communication*, Paris : L'Harmattan, pp. 1-11.
- Breton Ph. (1996), « L'Utopie de la communication entre l'idéal de la fusion et la recherche de la transparence », *Quaderni*, pp. 125-133.
- Cantin R., Colomb V., Jalenques-Vigouroux B. (2013), « Approche interdisciplinaire de la requalification énergétique du logement social. La place des chiffres dans une étude mêlant sciences de l'ingénieur et sciences de l'information et de la communication », communication présentée au Congrès RIODD. En ligne : <http://rse.univ-lille1.fr/RIODD/coms/ArticleCANTIN-COLOMB-JALENQUES-RIODD2013.pdf>. Consulté le 3/09/2013.

- Charaudeau P. (2005), *Les médias et l'information : l'impossible transparence du discours*, Bruxelles : De Boeck.
- Comby J-F. (2009), « Quand l'environnement devient médiatique », *Réseaux*, n°5-6, pp. 157-190.
- Dobigny L. (2010), « La nature en « crise » : interroger nos rapports sociaux », in : *Multiplés du social : regards socio-anthropologiques*, Paris : L'Harmattan.
- Duteil C. (2006), « Marjorie vous dit tout ou comment les publicités pour les produits « bio » communiquent », in *Transparence et Communication*, Paris : L'Harmattan, pp.93 -107.
- Fairclough N. (2003), *Analysing Discourse: Textual analysis for social research*, London: Routledge.
- Frydman B. (2007), « La transparence, un concept opaque ? », *Journal des tribunaux*, n°6265, pp. 300-301.
- Granier C. (2008), « La publicité politisée : éloge de la transparence, ellipse de la responsabilité », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 1, pp 10-19.
- Houtart F., Lemerminier, G. (1990), *L'énergie et la culture : les représentations, le discours sur l'usage et les enjeux énergétiques dans les sociétés contemporaines*, Paris : L'Harmattan.
- Jeanneret Y. (2010), « L'optique du sustainable : territoires médiatisés et savoirs visibles », *Question de communication*, n°17, pp. 59-80.
- Krieg-Planque A. (2011), « La formule « développement durable » : un opérateur de neutralisation de la conflictualité », *Langage et Société*, n°134, pp.5-29.
- Lamizet B. (1998), *La médiation politique*, Paris : L'Harmattan.
- Lamizet B. (2011), *Le langage politique. Discours, images, pratiques*, Paris : Ellipses.
- Le Bart C. (2002), « La cité idéale des journaux territoriaux », *Pouvoirs locaux*, n°52, pp. 45-48.
- Libaert T. (2003), *La transparence en trompe-l'œil*, Paris : Descartes.
- Libaert T. (2006), « Communication et développement durable : des relations ambiguës », *Communication et langages*, n°150, pp. 127-133.
- Mahé E. (2005), « Transparence et régimes de visibilité. L'invisibilité comme forme du visible », in : *Transparence et Communication*, Paris : L'Harmattan, pp. 131-141.
- Maingueneau D. (2007), *Analyser les textes de communication*, Paris : Armand Colin.
- Menozzi M-J. et al. (Ed.) (2009), *Energie et société. Sciences, gouvernance et usages*, Aix-en-Provence : Edisud.
- Mouillaud M, Tétu J-F. (1989), *Le journal quotidien*, Lyon : Presses Universitaires de Lyon.
- Noyer J., Raoul B. (2008), « Concertation et « figure de l'habitant » dans le discours des projets de renouvellement urbain », *Études de communication*, n°31, pp.111-130.



- Oger C., Ollivier-Yaniv C. (2006), « Conjuré le désordre discursif. Les procédés de « lissage » dans la fabrication du discours institutionnel », *Mots. Les langages du politique*, n°81, pp.63-77.
- Ollivier-Yaniv C. (2003), « Les communicants gouvernementaux au secret : croire et faire croire à la transparence politique », *Quaderni*, n° 52, pp. 105-115.
- Quinton Ph. (2000), « Logotype et idéogramme : écriture, communication, identification », *Etapés graphiques*, n°65, pp.1-15.
- Strauss S., Rupp S., Loue T. (Ed.) (2013), *Cultures of Energy: Power, Practices, Technologies*, Walnut Creek: Left Coast Press.
- Todorov T. (1978), *Les genres du discours*, Paris, Seuil.
- Wunenburger J-J. (1999), « Regard et transparence : utopie et philosophie », *Quaderni*, n° 40, pp. 145-158.
- Zenetti M-J. (2011), «Transparence, opacité, matité dans l'œuvre de Roland Barthes », *Revue Appareil*, n° 7. URL : <http://revues.mshparisnord.org/appareil/index.php?id=1201>. Consulté le 3/09/2013.

Valentyna Dymytrova

Docteur en Sciences de l'Information et de la Communication

Laboratoire CNRS UMR 5206 TRIANGLE

valentyna.dymytrova@sciencespo-lyon.fr

### **L'énergie en quête de transparence : quels régimes de visibilité pour l'énergie dans la communication publique territoriale ?**

Valentyna Dymytrova est docteure en Sciences de l'Information et de la Communication, enseignante à l'Institut de la communication de l'université Lyon 2 et chercheure au laboratoire CNRS UMR 5206 Triangle. Elle est spécialiste en analyse du discours et en sémiotique de l'image. Ses recherches impliquent une réflexion sur la construction des identités dans la communication politique et médiatique. Depuis 2011, elle participe au programme interdisciplinaire « Ignis Mutat Res : Penser l'architecture, la ville et les paysages au prisme de l'énergie », lancé par le Ministère de la Culture et de la Communication et le Ministère de l'Ecologie, de Développement durable et de l'Energie de la France et coordonné par François Fleury, Professeur à l'Ecole Nationale Supérieure de l'Architecture de Lyon.

